

Д-р екон. наук Гринько Т. В., Рибалко А. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ

Умови функціонування підприємств у ринковій економіці нерозривно пов'язані із зовнішнім середовищем, важливим компонентом якого є конкурентне середовище. Воно формується під впливом сукупності зовнішніх факторів, що визначають рівень конкуренції та взаємодію великої кількості ринкових суб'єктів, кожен із яких має певний вплив на загальну ситуацію в галузі.

Конкурентне середовище не є статичною сукупністю учасників ринку, а являє собою систему динамічних взаємовідносин між ними. Взаємодія економічних агентів, їхні стратегії та механізми суперництва визначають не лише рівень конкуренції, а й загальні тенденції розвитку галузі. Важливо зазначити, що ключову роль у формуванні конкурентного середовища відіграють не стільки самі суб'єкти ринку, скільки характер і структура їхніх відносин [2–4].

Конкурентне середовище є складним і багатовимірним явищем, що постійно змінюється під впливом економічних, технологічних, політичних та соціальних факторів. Його динаміка проявляється у швидкості, масштабності та глибині змін, які відбуваються на окремих ринках. В умовах глобалізації та технологічного прогресу конкуренція набуває нових форм, що вимагає від вітчизняних підприємств гнучкості, адаптивності та здатності до стратегічного планування.

З концептуальної точки зору структура зовнішнього середовища підприємства може бути представлена у вигляді багаторівневої ієрархічної моделі, що відображає взаємозв'язки між різними факторами, які впливають на діяльність суб'єкта господарювання.

Ця модель включає кілька рівнів, кожен із яких має власні характеристики та ступінь впливу на підприємство. Важливою характеристикою цієї ієрархічної моделі є її динамічність: фактори зовнішнього середовища постійно змінюються, взаємодіють між собою, формуючи нові можливості або загрози для підприємства. Ефективне управління зовнішніми впливами передбачає здатність підприємства

адаптуватися до змін, аналізувати середовище на всіх рівнях та розробляти відповідні стратегії для забезпечення конкурентних переваг (рис. 1).



Рис. 1. Ієрархічна модель середовища діяльності підприємства [1]

Відповідно до ієрархічного підходу до аналізу зовнішнього середовища, діяльність будь-якого підприємства, зокрема й його конкурентне середовище, формується під впливом трьох основних рівнів взаємодії [1]:

1. Внутрішнє середовище, яке охоплює всі найважливіші аспекти діяльності підприємства, які знаходяться під його безпосереднім контролем і управлінням. Сюди належать організаційна структура, кадровий потенціал, фінансові ресурси, технологічний рівень, корпоративна культура, виробничі процеси тощо. Саме внутрішнє середовище визначає здатність підприємства ефективно реагувати на виклики зовнішнього середовища та адаптуватися до змін.

2. Мікросередовище, яке включає основні фактори безпосереднього впливу, що формують ділове середовище підприємства. Це клієнти, постачальники, партнери, конкуренти, регуляторні органи, кредитори та інші зацікавлені особи (стейкхолдери), з якими компанія взаємодіє у своїй операційній діяльності. Головною особливістю цього рівня взаємодії є досить висока динамічність, адже будь-які зміни у поведінці або стратегії основних учасників ринку можуть суттєво вплинути на відповідну конкурентну позицію підприємства.

Макросередовище, яке охоплює ширший контекст, у якому функціонує підприємство, і включає фактори непрямого впливу. Це економічні умови, соціально-демографічні тенденції, політична ситуація, правове регулювання, технологічні інновації, екологічні фактори та глобальні ринкові тенденції. Макросередовище визначає загальні рамки розвитку бізнесу, створюючи сприятливі чи несприятливі умови для функціонування підприємства у довгостроковій перспективі.

Розуміння структури середовища та взаємозв'язків між його рівнями є ключовим для ефективного стратегічного планування. Підприємство повинно не лише адаптуватися до змін у макросередовищі, але й активно впливати на своє мікросередовище, використовуючи конкурентні переваги, знижуючи ризики та зміцнюючи власні позиції на ринку.

Отже, конкурентне середовище є важливим елементом зовнішнього середовища підприємства, що формується під впливом сукупності економічних, соціальних, політичних та технологічних факторів. Відповідно до ієрархічної моделі, середовище діяльності кожного підприємства складається з трьох основних рівнів: внутрішнього, мікро- та макросередовища, кожне з яких має свій ступінь впливу на підприємство та визначає його відповідні конкурентні можливості.

Список використаних джерел:

1. Гайдук В.А. Конкурентоздатність в умовах сучасного ринку. *Економіка та держава*. 2017. № 2. С. 16–17.
2. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Формування системи конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва в умовах цифровізації. Підприємництво: сучасні виклики, тренди та трансформації: колективна монографія / за заг. ред. Гринько Т.В. Вид-во: ФОП Біла К.О. 2023. С. 121–186.
3. Гринько Т.В. Функції логістичної системи в умовах забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі металургії. *Економіка та держава*. 2016. № 5. Травень. С. 12–16.
4. Гринько Т.В. Логістика як складова системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи: колективна монографія / за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпропетровськ: Біла К.О., 2016. С. 277–291.